



COMUNICAT DE PRESĂ

ASAHI SUPER DRY CELEBREAZĂ LA MANCHESTER PARTENERIATUL GLOBAL CU CITY FOOTBALL GROUP

- Berea de top în Japonia, Asahi Super Dry, este noul partener global al City Football Group – inclusiv al campioanei din Premier League, Manchester City.
- Conform acestui acord, Asahi Super Dry devine noul Partener Oficial de Bere pentru patru cluburi din City Football Group - Manchester City, Melbourne City, Yokohama F. Marinos și Sichuan Jiuniu.
- Parteneriatul dintre Asahi Super Dry și City Football Group va fi vizibil în toate zonele de pe stadion și va fi celebrat prin afișarea elementelor de brand pe panourile LED din perimetru și pe rețelele sociale.
- Înaintea primului meci al sezonului jucat acasă de Manchester City, legendele clubului, Shaun Goater și Shaun Wright-Phillips, au „condus” nava „The Pride of Manchester City”, aducând un transport special de bere Asahi Super Dry, navigând pe Manchester Ship Canal.
- Primul transport de bere Asahi Super Dry va ajunge pe Stadionul Etihad înaintea primului meci de acasă din noul sezon, din 13 august.
- Pe măsură ce asocierea acestor două branduri progresiste va prinde contur, Asahi Super Dry, în parteneriat cu City Football Group, va depăși limitele convenționalului, pentru a îmbunătăți experiența fanilor.
- Asahi Super Dry a făcut deja o investiție semnificativă pentru a le oferi fanilor o experiență mai bună, inclusiv prin instalarea unor echipamente de ultimă generație și prin modernizarea barurilor de pe Etihad Stadium și de pe stadioanele din întreaga lume.

10 august 2022 - Asahi Super Dry a ajuns la Manchester, iar legendele Manchester City, Shaun Wright-Phillips și Shaun Goater au dus acasă la campionii englezi berea de top în Japonia, printr-un prim transport inedit cu nava „The Pride of Manchester City”, după ce brandul a devenit partener global al City Football Group.

Inspirat de nava de pe blazonul Manchester City, primul transport special de bere Asahi Super Dry a ajuns în oraș navigând pe emblematicul Manchester Ship Canal. Nava, condusă de legendele City, Shaun Wright-Phillips și Shaun Goater, a fost creată pentru lansarea acestui parteneriat global care le va aduce fanilor Manchester City puțin din aroma Japoniei la fiecare meci.

Datorită acordului multianual, fanii Manchester City vor avea ocazia să interacționeze mai mult cu universul fotbalului. Special pentru aceștia vor fi pregătite mai multe cadouri și vor fi organizate mai multe competiții, începând de sâmbătă, 13 august, când va fi organizat primul meci din sezonul 2022-2023 pe care Manchester City îl va juca pe teren propriu, împotriva lui AFC Bournemouth.



Legenda Manchester City, Shaun Wright-Phillips, a declarat: „Fanii Man City au susținut acest club de fotbal uimitor, de când a fost în Liga a III-a și până când au ajuns campioni ai Premier League, urmărindu-i pe sportivi jucând unele dintre cele mai bune meciuri de fotbal din lume. Aceștia merită cea mai bună bere de care să se bucure în ziua meciului, iar Asahi Super Dry le oferă fix această experiență. Să o aducem în oraș navigând pe istoricul Manchester Ship Canal a fost o adevărată bucurie și sper ca fanii lui City vor consuma alcool în mod responsabil, pe măsură ce ne îmbarcăm într-un nou sezon de excepție – Kanpai [noroc] fanilor!”.

Odată cu acest parteneriat care aduce gustul unic japonez Asahi Super Dry la City Football Group, fanii Manchester City vor beneficia și de o nouă experiență de servire a berii datorită tehnologiei de ultimă generație instalată în barurile din proximitatea stadioanelor. În plus, cea mai renumită facilitate de ospitalitate din lume de la The Etihad Stadium va purta de acum și numele „Asahi Super Dry Tunnel Club”.

Și alte cluburi din cadrul City Football Group, inclusiv campionii A-League Melbourne City, precum și Yokohama F. Marinos din Japonia, vor servi berea Asahi Super Dry de la debutul următoarelor lor sezoane, iar clubul Sichuan Jiuniu din China își va întâmpina fanii cu Asahi Super Dry începând din 2023.

Richard Ingram, Global Brands Director Asahi Europe & International, a completat: „Acesta este un parteneriat global fără precedent – împreună, Asahi Super Dry și City Football Group pun fanii pe primul loc. Astfel, am făcut investiții semnificative în infrastructura de pe Stadionul Etihad și de pe stadioanele din întreaga lume, pentru a îmbunătăți experiența fanilor și pentru a-i ajuta să descopere și câteva elemente din Japonia modernă. Obiectivul nostru este să le oferim fanilor o experiență premium și ne dorim să le să depășim așteptările cu fiecare meci. Am demarat acest parteneriat alături de unul dintre cele mai progresiste cluburi de fotbal din întreaga lume deoarece viziunile și valorile noastre se potrivesc, ceea ce face ca această asociere să fie naturală și benefică pentru ambele branduri.”

Esteve Calzada, Chief Commercial Officer City Football Group, a adăugat: „Suntem încântați să le aducem fanilor vestea excelentă despre parteneriatul cu Asahi Super Dry. Inovația continuă și îmbunătățirea experienței fanilor sunt valori importante, pe care le împărtășesc toate cluburile noastre din City Football Group și este minunat că Asahi Super Dry împărtășește aceste principii și devine partenerul nostru în această călătorie. Organizațiile noastre se aliniază în mod natural în mai multe piețe-cheie, iar cunoștințele și expertiza Asahi Super Dry ne vor permite să ne creștem în continuare prezența în aceste regiuni, lucrând cu patru dintre cluburile noastre din City Football Group. Așteptăm cu nerăbdare să lucrăm împreună, pe măsură ce parteneriatul se consolidează.”



- Informații suplimentare –

Despre Asahi Super Dry

Asahi Super Dry a fost creată în 1987, redefinind categoria de bere și prezentând lumii un nou gust de bere.

Astăzi, Asahi Super Dry este berea de top în Japonia și suntem mândri că marca noastră inovatoare a devenit o emblemă globală a Japoniei progresiste. Asahi Super Dry este fabricată cu precizie, la cele mai înalte standarde de calitate, sub supravegherea măștrilor berari japonezi.

Tehnicile noastre avansate de fabricare oferă berii un gust uscat, proaspăt și un finisaj rapid și curat.

Inovăm în mod constant la fabrica noastră de bere, pentru a îmbunătăți tehnologia de producție și managementul calității. Acest angajament pentru fabricarea progresivă ne va ajuta să împărtășim Asahi Super Dry cu întreaga lume.

„Kanpai” este echivalentul japonez al toastului „Noroc!” sau, în sens literal, „Pahar gol!”.

Despre Manchester City Football Club

Manchester City FC este un club englez din Premier League, fondat în 1880 sub numele de St Mark's West Gorton. A devenit oficial Manchester City FC în 1894 și de atunci a câștigat Cupa Cupelor Europene, opt titluri de campion al Ligii, inclusiv șase titluri de Premier League (2012, 2014, 2018, 2019, 2021, 2022) și de șase ori Cupa Angliei. Manchester City FC este unul dintre cele 12 cluburi care alcătuiesc City Football Group și numără New York City FC și Melbourne City FC printre cluburile sale surori.

Sub conducerea managerului Pep Guardiola, unul dintre cei mai decorati antrenori de fotbal la nivel mondial, clubul își dispută meciurile de pe teren propriu și din UEFA Champions League pe Etihad Stadium, o arenă spectaculoasă de 55.000 de locuri pe care City o numește acasă din 2003. În prezent, stadionul se află în Campusul Etihad, care cuprinde și Academia de Fotbal City, un centru ultramodern de antrenament de performanță și de dezvoltare pentru tineri, situat în inima East Manchester.

Disponând de un stadion al Academiei cu o capacitate de 7.000 de locuri, City Football Academy este, de asemenea, locul în care Manchester City Women's Football Club și Elite Development Squad se antrenează zilnic și își dispută meciurile competitive de acasă.

Pentru mai multe informații, accesați www.mancity.com.

Despre City Football Group



Înființat în mai 2013, City Football Group este cel mai important proprietar și operator privat de cluburi de fotbal din lume, deținând în totalitate sau parțial douăsprezece cluburi în orașe importante din întreaga lume: Campionii din Premier League, Manchester City în Marea Britanie, New York City FC în SUA, Melbourne FC în Australia, Yokohama F. Marinos în Japonia, Montevideo City Torque în Uruguay, Girona Futbol Club în Spania, Sichuan Jiuniu FC în China, Mumbai City FC în India, Lommel SK în Belgia, ESTAC în Franța, Palermo FC în Italia și clubul partener, Club Bolivar.

Cu 13 birouri în întreaga lume, CFG investește și în alte afaceri și proiecte legate de fotbal și servește drept platformă comercială globală pentru partenerii săi, îndeplinindu-și în același timp viziunea de a folosi fotbalul pentru binele social la scară locală și globală, prin intermediul organizațiilor caritabile ale cluburilor sale, al fundațiilor și al altor inițiative de CSR.

Abu Dhabi United Group, grupul de investiții deținut de Alteța Sa Șeicul Mansour bin Zayed Al Nahyan, este acționarul majoritar al CFG (c.77%). În plus, aproximativ 12% din capitalul propriu CFG este deținut de un consorțiu de investitori instituționali chinezi, condus de de CMC Inc., cel mai important conglomerat de media și divertisment din China. O altă cotă de aproximativ 10% este deținută de Silver Lake, unul dintre liderii mondiali în domeniul investițiilor în tehnologie

Despre Asahi Europe & International

Asahi Europe & International este sucursala internațională a Asahi Group Holdings, o companie globală de băuturi și produse alimentare listată la Bursa de Valori din Tokyo, Japonia. Este rezultatul mai multor ani de achiziții care au permis Asahi Group Holdings, un producător tradițional japonez de bere, whiskey și o gamă largă de produse alimentare, să-și stabilească și să-și consolideze afacerea în Europa și la nivel global.

Bazându-se pe secole de istorie de fabricare a berii în Europa, afacerea gestionează 19 facilități de producție în 8 țări din Europa și este custodele unora dintre cele mai bune beri din lume, incluzând Asahi Super Dry, Pilsner Urquell, Peroni Nastro Azzurro, Grolsch și Kozel.

În cadrul Grupului Asahi, misiunea Asahi Europe & International este, de asemenea, să dezvolte și să administreze toate piețele de export la nivel global, în afara Japoniei și a Oceaniei. Prezentă în 90 de piețe și având peste 10.000 de colegi pasionați, compania este bine poziționată pentru a-i inspira pe oamenii din întreaga lume să se bucure de produse de calitate.